

Université de Tartu
Collège des langues et des cultures étrangères
Département d'études romanes

Arnis Käsper

Slogan de manifestation dans les événements de Mai-68 à Paris et dans les Journées
étudiantes à Tartu en 1968

Mémoire de licence

Sous la direction de Marge Käsper

Tartu 2017

Table des matières

Introduction	3
Contextes historiques	5
Le slogan comme objet d'étude	7
1. Moyens rhétoriques classiques.....	10
1.1 Antithèse.....	10
1.2 Métonymie	12
1.3 Questions rhétoriques.....	14
1.4 Réutilisation des énoncés connus.....	15
Textes politiques comme sources de citation.....	16
La sagesse ancienne	17
Éléments de la vie quotidienne	18
2. Régimes énonciatifs	21
2.1 Les énoncés génériques, qui redéfinissent ou confirment les valeurs.....	22
Redéfinir la société française	22
Les affirmations d'acceptation ou de résistance à Tartu	24
2.2 Les injonctions directes et l'implicite	26
(Vive et) À bas à Paris	27
Langue de bois appliquée à Tartu	28
Conclusion	36
Bibliographie.....	39
Resümee	42
Index.....	44

Introduction

Être libre en 1968, c'est participer.

L'objet d'étude de ce mémoire est le slogan de manifestation comme moyen de dire dans un contexte historique particulier – Mai 68 – dans deux pays différents.

Les événements de Mai 68 ont beaucoup été étudiés et débattus en France, les manifestations en Estonie sont moins connues. Eleri Vako (2008) a étudié les causes et les conséquences et les actions qui ont eu lieu dans les événements d'opposition des étudiants durant l'année de 1968 en Estonie et plus particulièrement à Tartu. Il est à savoir que des Journées étudiantes (*Üliõpilaspäevad* en estonien) a été organisé à Tartu mais aussi à Tallinn en automne 1968. Le mémoire se concentre sur les slogans utilisés dans une manifestation dans le cadre des Journées étudiantes qui avait lieu à Tartu. Dans mon mémoire, j'analyserai les slogans qui ont été rassemblés dans la recherche de Vako (2008) et y sont mentionnés comme polémiques ou scandaleux pour les pouvoirs soviétiques. Je confronterai les slogans des étudiants de Tartu aux slogans des étudiants de Paris. Les slogans français sont assemblés à partir de plusieurs sites web¹ en quantité comparable aux slogans de Tartu assemblés par Vako (une trentaine). À Paris, il y avait certainement encore d'autres slogans mais j'analyserai les slogans les plus marquants pour la comparaison. J'analyserai donc les slogans des deux pays différents de la même année et du même groupe d'énonciateurs – les étudiants. Le point commun est le fait de manifester, au nom de la liberté, contre les pouvoirs, mais les pays en question, la République Française et la République Socialiste Soviétique d'Estonie (RSS d'Estonie²), ont leurs régimes, idéologies et interdictions, qui dictent les slogans et messages énoncés. L'objectif du mémoire sera alors de décrire les possibilités de dire, par le moyen de slogan, en confrontant les slogans des événements semblables dans deux régimes politiquement opposés – l'un démocratique et l'autre répressif.

¹ Voir l'index

² Dans le mémoire j'utilise le nom Estonie avec les sens de RSS d'Estonie

Pour les étudiants français, leur gouvernement semblait certainement aussi répressif mais ils ne devaient pas avoir peur des répercussions similaires que les étudiants estoniens. Cela comportait donc des risques que pouvaient être les projets discursifs que les étudiants mettaient dans leurs slogans. Dans ce sens, les régimes politiques définissaient ce que nous allons définir dans ce mémoire comme ‘régimes énonciatifs’. Comme les contextes politiques étaient différents, les manières de dire (des étudiants-énonciateurs au sens collectif) étaient différents aussi.

Généralement, une grande différence entre les slogans des deux pays est en effet qu’en France les slogans sont explicitement provocateurs et en Estonie les messages des slogans sont plutôt implicites. Je proposerai que cela dépend du risque et de la gravité des répercussions à attendre pour le fait d’opposer au pouvoir – en France les risques et répercussions pour le fait de manifester étaient plutôt minimales, alors qu’en Estonie les répercussions résultantes pouvaient être considérables. Par exemple les étudiants qui ont créé le slogan *Jätkid, kasige Peipsi taha*³ ont été expulsés de l’université. Normalement les gens qui prenaient parole avec de tels mots étaient punis d’emprisonnement et si l’emprisonnement n’était pas utilisé, le plus souvent, le pouvoir pouvait, de manière indirecte mais sévèrement persécutant, couper l’opposant de la vie sociale normale ou possible dans la société de l’époque : aucun progrès dans la carrière, pas d’accès à la liste des gens qui auraient le droit à un appartement neuf, etc. Finalement, les réprimandes concrètes variaient en fonction de l’université. Vako (2008 :439) montre que les fonctionnaires de la TRÜ (Université Nationale de Tartu) protégeaient en fait indirectement les étudiants manifestants vis-à-vis des pouvoirs politiques de Moscou, alors qu’à l’EPA (Académie Agricole d’Estonie) les étudiants ont été réprimandés plus que les étudiants de la TRÜ à la suite des événements de 1968. En rédigeant les slogans, les étudiants devaient en tout cas considérer ces risques.

On note que les événements à Paris et à Tartu comportaient donc plusieurs différences. À Paris, les manifestations ont duré longtemps mais à Tartu il n’y avait qu’un défilé qui a été organisé comme un événement faisant parti du Festival des étudiants. En France, le pouvoir utilisait la force violente pour suffoquer les manifestations. En

³ Ricains, dégagez et allez de l’autre côté de Peïpous

Estonie, le pouvoir ne l'utilisait pas mais les répressions indirectes possibles étaient plus grandes. Malgré ces différences, les causes pour exprimer les opinions de contestation et de liberté étaient en partie similaires. Et l'un des moyens pour exprimer ces opinions était le slogan. Il est possible de dire que le slogan est une phrase qui exprime en condensé les idées d'un contexte. Dans mon mémoire, je vais étudier comment se crée la connexion entre le slogan et le contexte. Je décris et j'explique les slogans, mais pour comprendre les causes derrière les slogans, connaître le contexte est essentiel.

Contextes historiques

Pour comprendre les contextes de création de ces slogans, il est important de comprendre l'histoire de ces deux pays et le contexte élargi (Le Printemps de Prague) pour déchiffrer ces slogans.

Selon Vako (2008 :422), les événements du Printemps de Prague avaient un effet sur les manifestants étudiants estoniens. Le Printemps de Prague avait commencé à la fin de 1967 avec des manifestations d'étudiants et ce mouvement avait introduit un changement temporaire vers une ambiance plus libre dans ce pays du bloc socialiste, un changement dit vers un « socialisme à visage humain ». Le Printemps s'est achevé par assaut des pays du Pacte de Varsovie pour suffoquer les idées considérées anticomunistes. Cet assaut, qui était fort violent, vu à travers la télévision finlandaise, avait une influence considérable sur les étudiants estoniens.

En France, Charles de Gaulle était président de la cinquième république au pouvoir depuis dix ans et paraissait autoritaire et les problèmes de gouvernement et de pouvoir grandissaient. Politiquement, ceux qui soutenaient le président (comme un personnage et comme establishment) et le maintien du système au pouvoir s'appelaient les gaullistes. Contre les gaullistes, il y avait un mélange des groupes de gauche ou « gauchistes ». Les « gauchistes » représentaient plusieurs mouvements idéologiques comme anarchistes, maoïstes, trotskistes et autres idéologies plutôt extrêmes mais aussi utopiques. On peut remarquer que ces groupes n'étaient pas politiques mais plutôt partisans de ces idéologies théoriques parce que les étudiants se sont intéressés aux auteurs de gauche et à leurs écrits comme moyens pour la création d'une nouvelle

société libre. De l'autre côté du Rideau de Fer, les théories des idéologies du gauche étaient obligatoires à lire et les étudiants de l'Est n'étaient pas enthousiasme pour ces écrits.

La politique autoritaire et rigide n'était que l'un des problèmes qui mobilisait les étudiants à se manifester. Comme le slogan *Une thèse, c'est comme De Gaulle, dix ans c'est trop* représente en même temps l'ancienne politique de Charles De Gaulle mais aussi le conservatisme d'éducation dans l'université. Les étudiants s'opposaient à la « fossilisation » des traditions dans l'université, qui ne correspondait plus aux intérêts et problèmes de la nouvelle génération issue du *baby-boom* d'après-guerre. Les problèmes variés dans la sphère éducative étaient l'une des causes des manifestations, vu que les événements de mai-68 commençaient à l'université de Nanterre.

Il est possible de dire aussi que les événements de 1968 n'étaient pas seulement une opposition au régime mais une opportunité pour s'exprimer pour la libération de la sexualité des étudiants. Par exemple en France la pilule contraceptive a été légalisée en 1967 et les étudiants proposaient des slogans comme *Jouissez sans entraves* et *Aimez-vous les uns sur les autres*. (Larousse) Daniel Cohn-Bendit, l'un des chefs de ces événements, a dit dans une interview qu' « il y a eu la libération des pulsions érotiques et sexuelles qu'on n'avait pas le droit officiellement d'avoir ou d'exprimer » (Anquetil, Armanet 2008 : 9).

On verra qu'en effet, dans les slogans c'est une des thématiques récurrentes. Plus généralement, c'est pour une libéralisation générale des mœurs et pour une liberté d'expression sociale que manifestaient les étudiants.

Thématiquement, les slogans étudiés dans le mémoire se divisent donc en trois : la politique, le social et la liberté d'expression. Politiquement, les slogans représentent l'opposition au pouvoir ou se manifestent contre le vieux régime. Les slogans sociaux représentent les problèmes dans la société ou préconisent la révolution sexuelle ou les problèmes dans la vie quotidienne. La volonté de la liberté d'expression était représentée dans le monde entier. Le noyau commun des slogans est de s'opposer à tout contrôle et/ou aux idées démodées et aux contraintes.

L'opposition aux contrôles et aux contraintes est aussi la cause des manifestations en Estonie. Mais dans ce pays de régime communiste, l'organisation « communiste » des jeunes, le Komsomol, était à ce temps-là plutôt une communauté de jeunes gens actifs, où les idées de contre-communisme prévalaient sur les idées du communisme. Cette organisation était responsable de l'organisation des Journées étudiantes en octobre 1968. L'utilisation des slogans ambigus durant le défilé et d'autres événements politiquement ambigus a créé des ennuis considérables pour le pouvoir. Après les Journées, les représentants du Parti Communiste d'Estonie, se sont réunis à plusieurs reprises pour discuter les causes et les conséquences de ces événements. Les individus impliqués dans les événements étaient renvoyés ou punis et de nouvelles procédures d'éducation idéologique des étudiants ont été mis en place.

Le slogan comme objet d'étude

Pour commencer on peut définir le slogan comme un genre du discours bref, composé de mots choisis, ou encore le slogan est un énoncé qui consiste en des mots d'ordre reliés au contexte.

Olivier Reboul est un chercheur qui a étudié de manière approfondie le fonctionnement du slogan comme genre de discours. Selon le Dictionnaire d'analyse du discours (DAD), il donne une définition considérée classique : « le slogan, qu'il soit publicitaire ou politique, condense le discours en un noyau thématique, une formule ramassée, rythmée, à des fins mnémoniques et pragmatiques, visant à mobiliser et à pousser à l'action » (Fiala 2002 : 537)

En étudiant le discours manifestant d'étudiants dans un contexte récent (événements en 2009), Yana Grinshpun (2013) reprend cette définition mais elle reproche à cette approche classique d'être trop rhétorique et peu ancrée sur le contexte d'énonciation. Elle propose d'articuler les deux « dans une perspective d'analyse du discours, qui vise à articuler fonctionnements linguistiques et situations de communication à travers les dispositifs d'énonciation. »

Les dispositifs matériels des slogans de 1968 ont beaucoup été étudiés pour leur qualité de création artistique. François Provenzano, par exemple, dans son article « *Tel Quel à la rue : subjectivation et argumentation dans le discours théorique et dans l’affiche militante de Mai 68* » étudie les affiches de mai-68, où il concentre les connexions entre les images et les textes. Mais cet article note aussi une idée de la construction de sens collectif, une « connivence énonciative » qui se manifeste dans les slogans :

L’affiche, en Mai 68, ne suppose pas d’être prise en charge par une autorité institutionnelle (correspondant à un lieu et à une fonction) mais se saisit de tout lieu pour faire fonction d’affiche ; son contenu n’est pas un message clos transitant d’un énonciateur particulier à un énonciataire visé, mais apparaît plutôt comme le fragment d’une expérience collective en cours, qui ne cesse de nourrir en retour la proposition formelle que constitue l’affiche ; enfin, cette forme de l’affiche se rend lisible et trouve son efficace par le biais d’un travail de déchiffrement, de dépistage des couches sémantiques, qui contrarie l’exigence conventionnelle d’univocité. (Provenzano 2015)

Formulés souvent comme des énoncés génériques, sans énonciateur concret, les slogans expriment une énonciation collective. Selon Maingueneau (2012 : 63), ils « mettent la fusion imaginaire des individus dans un énonciateur collectif [... qui] institue et confirme l’appartenance de chacun au groupe. Ce dernier ne se réduit pas aux individus qui empiriquement la constituent à un moment donné. » Dans son livre *Les phrases sans texte*, Maingueneau explique les connexions entre l’énonciation et une manifestation. Il dit que « l’énonciation du slogan a précisément pour fonction de souder. Lors d’une manifestation qui rassemble une population hétérogène autour d’une question d’actualité, le slogan n’a pas d’autre support que le groupe lui-même qui est en train de l’énoncer ». (2012 : 65)

C’est pourquoi pour l’approche énonciative, peu importe le support concret des slogans utilisés dans le défilé à Tartu ou à Paris – les slogans écrit sur les murs ou portés comme bandeaux dans le défilé, toute forme de slogans est importante. C’est l’énonciation collective comme responsabilité et mentalité collectives qui ont plus d’importance pour l’analyse.

Dans les deux pays des événements analysés, les manifestations comportaient une responsabilité collective même si en Estonie, les répercussions s’adressaient quand même plus tard aux individus qui ont créé les slogans scandaleux. Selon Maingueneau

(2004), ces individus représenteraient l'esprit des étudiants, étant des hyperénonciateurs. C'est-à-dire qu'ils disent ce que tous les étudiants pensent.

Pour caractériser alors les slogans énoncés, je vais commencer d'abord par décrire quels éléments rhétoriques classiques ont été mobilisés pour créer des formules condensées et « rythmées ». Pour en arriver à caractériser ensuite ce que je vais appeler des régimes énonciatifs collectifs des manifestants de Paris et de Tartu. Dans les manières de « viser à mobiliser », je distingue la modalité d'énonciation injonctive (incitation directe) et les énoncés génériques (formules génériques).

Dans ce mémoire, dans chaque chapitre, j'analyserai d'abord les slogans français et ensuite les slogans estoniens. Il y a beaucoup de slogans français qui utilisent des moyens rhétoriques classiques et ces slogans sont plus connus que les slogans estoniens. À Tartu les slogans étaient plutôt implicites, il faut les décrypter de manière plus particulière. L'idée d'opposition des slogans de Tartu s'est basée sur une idée de faire en sorte « que le sot ne comprenne pas et que le sage ne dise pas » (« et lolle ei saaks aru ja tark ei ütleks » (Vako 2008 :426)). La création de slogans selon cette idée sera le problème dans l'analyse si le slogan en apparence « correct » et normal est représentatif aussi de l'opposition au pouvoir. Je vais décrire ces jeux sur l'implicite après avoir décrit les slogans de Paris, où les effets et énonciations sont plus explicites.

1. Moyens rhétoriques classiques

J'analyse dans cette partie d'abord les moyens rhétoriques qui se signalent dans le corpus de slogans comme les éléments les plus visibles. Comme moyens pour créer des formules « mnémoniques » et efficaces, sont utilisés dans les slogans, plusieurs figures de styles rhétoriques et autres procédés : antithèse, métonymie, questions rhétoriques, reformulation des slogans... Ces moyens sont des détails utilisés par l'un et l'autre groupe d'énonciateurs pour rendre leur énonciation efficace et pour exprimer ainsi les idées et les opinions.

1.1 Antithèse

Il est interdit d'interdire

L'antithèse comme moyen pour former un slogan efficace s'emploie dans les deux types – dans les énoncés génériques et dans les injonctions. L'antithèse est une figure de construction qui utilise deux choses, deux pensées ou figures de styles opposées pour créer une nouvelle idée et souligner ainsi le contraste ou opposition.

Parmi les slogans les plus célèbres en France, il y a les slogans *Soyez réalistes, demandez l'impossible.* et *Il est interdit d'interdire.* Ces slogans sont composés des éléments de sens opposé entre eux. Comment peut-on en effet demander l'impossible et en même temps être réaliste ? De la même manière, le slogan *Soyez réalistes, demandez l'impossible* dit que 'l'impossible est réel'. L'antithèse est formée avec deux idées qui ne sont pas complémentaires mais en opposition directe : normalement, dans un réalisme ordinaire, il n'est pas possible de faire ce qui est impossible.

DAD donne une définition « L'antithèse prototypique met en contraste deux termes opposés placés » « L'opposition peut se faire par des ressources variées : entre termes contradictoires ou contraires, entre une affirmation et une négation, entre énoncés opposés par un connecteur adversatif. » (Maingueneau 2002 : 50) Les slogans cités ci-dessus donnent l'opposition entre termes contradictoires pour créer un effet

d'opposition fort. Dans le slogan *Il est interdit d'interdire*, l'opposition marque l'abolition de tout contrôle en général. On note l'absurde dans l'idée des interdictions, spécialement quand ces interdictions ne fonctionnent pas. Pour souligner l'idée d'être contre tout le contrôle.

Un slogan en énoncé générique qui résume selon moi comment et à quoi s'opposaient les étudiants parisiens est *Dans une société qui a aboli toute aventure, la seule aventure qui reste est celle d'abolir la société* à Paris. Il y a deux idées – une société (la traditionnelle société française) a aboli l'aventure et une aventure pour les manifestants alors c'est d'abolir cette société. L'antithèse est représentée par l'altération des mots-clés 'société', 'abolir', 'aventure'. En bref 'société a aboli aventure – aventure abolira société'. Comme effet, on comprend que dans la société traditionnelle de l'époque, la jeunesse qui s'ennuyaient voulaient s'amuser et l'idée de la révolution était alors de tout changer.

En France, avec plusieurs raisons pour manifester, une façon de se débarrasser de la société était la fin du consumérisme. Par exemple, le slogan *On achète ton bonheur. Vole-le* fait entendre que le bonheur est un produit des entreprises, et les manifestants proposaient de voler ce bonheur et de changer ce produit en une émotion libre. L'utilisation d'antithèse est construite par les verbes *acheter* et *voler*, verbes typiquement utilisés dans la culture du consumérisme.

Pendant la révolution sexuelle, voici un exemple de slogan en antithèse qui représente la cause de la liberté sexuelle et en même temps la cause de révolter – *Plus je fais l'amour, plus j'ai envie de faire la révolution. Plus je fais la révolution, plus j'ai envie de faire l'amour*. Le slogan consiste en deux phrases qui créent l'antithèse. Dans la première phrase *faire de l'amour* est la cause de la révolution et la deuxième dit que la révolution est la cause pour faire de l'amour. La vie sexuelle était actuelle pour les étudiants et on se moque de cause pour les événements de Mai-68 étaient souhait de faire l'amour sans tabous.

Pour le slogan *Lisez moins, vivez plus* on note les mots 'moins' et 'plus' qui construisent l'antithèse confrontant les activités de lire et de vivre. L'idée dans ce slogan peut être interprétée comme une invitation à vivre avec un esprit ouvert ou se

révolter contre le gouvernement/l'université. D'un autre côté, le slogan représente la pression de l'université pour étudier à fond, alors que les sujets que l'université enseignait étaient plutôt « passés de leur date d'expiration ». En ce cas, on pense que le slogan demandait qu'on pense à vivre plutôt qu'à faire des études excessives. Dans ce sens, on dirait que le slogan invitait à vivre plutôt que faire des études à fond et excessives.

À Tartu, il y avait des slogans en antithèse mais ces slogans utilisent aussi un autre moyen rhétorique, que je vais décrire prochainement, où l'opposition des contradictions est plus indirecte, symbolique, et moins dangereux.

1.2 Métonymie

Sous les pavés, la plage !

La métonymie est un moyen rhétorique où un nom, un détail ou un élément symbolique représente une institution, un phénomène ou autre entité plus abstraite. Les métonymies sont par exemple les noms des bâtiments, des rues, quand on parle en fait des activités derrière ces noms. Par exemple en France, la métonymie *l'Elysée* symbolise le sens d'institution du Président de la République, à Tallinn, *Pagari tänav* (la rue de Pagari), représente le KGB parce que l'organisation a été dans la rue Pagari.

Un slogan parisien célèbre est *Sous les pavés, la plage !* 'La plage' dans ce slogan est métonymie, qui représente repos et liberté. Durant les luttes, les étudiants jetaient les pavés sur les policiers qui étaient les représentants du pouvoir. Les étudiants faisaient voir ainsi la terre sous les pavés. Dans ce contexte on peut interpréter ce slogan comme 'la liberté est gagnée par enlever les pavés sur le lieu des luttes'. Les pavés dans ce contexte-ci, on peut les interpréter comme des armes utilisées contre le système, et ce n'est qu'après la dernière pierre est jetée que s'expose le sable en-dessous = la plage = un monde idéal sans système oppressif.

Un slogan français où il y a un élément métonymique et en même temps une antithèse est *La barricade ferme la rue mais ouvre la voie*. 'La barricade' est l'élément métonymique avec le sens de révolution. Pour comprendre ce slogan, je le divise en deux – 'La barricade au sens concret ferme la rue pour une circulation ordinaire,

traditionnelle' et 'La barricade ouvre la voie à la liberté' où la barricade est un élément typique des révolutions parisiennes. Un exemple célèbre de la mentalité de révolutions est la peinture par Delacroix qui s'appelle « La Liberté guidant le peuple ».

Un slogan de Tartu *Viru Valge jaa, Moskva Eriline ei !⁴* utilise deux noms d'alcool, précisément vodka, pour monter l'opposition entre l'Estonie et Moscou. Les noms d'alcools sont métonymiques, comme 'Viru Valge', représente l'Estonie et 'Moskva Eriline' représente Moscou. Outre la métonymie, le slogan utilise le moyen rhétorique d'antithèse. De manière implicite, ce slogan disait donc que l'Estonie (ou le peuple d'Estonie) oui, et Moscou (ou le pouvoir de Moscou) non. Pour les étudiants ce slogan représentait une volonté de liberté et d'autonomie par rapport à l'establishment de Moscou.

Parmi les slogans de Tartu, une métonymie très significative est sur un slogan qui est seulement une image sans mots. La raison pour laquelle je l'analyse est que cette image porte le message le plus explicite de la confrontation du Printemps de Prague. Ce slogan, transcrit dans les procès-verbaux des événements comme *Tank ja Jawa*, représente l'image de tank soviétique qui écrase un motocycle Jawa, marque de motos bien connus qui ont été produits en Tchécoslovaquie. Le tank soviétique symbolise l'armée rouge (le URSS et les armées des pays de Pacte de Varsovie) et le motocycle Jawa symbolise les peuples tchécoslovaques.

Est-il peut être significatif qu'en condition de danger l'évocation la plus forte du Printemps de Prague n'est pas textuelle mais visuelle ? Que l'image soit moins dangereuse que le texte n'est pas sûr vu les caricatures controversées du 21^e siècle, le message est même plus fort avec l'image qu'avec le texte. Mais on pourrait en conclure que l'utilisation des images a été pensée comme acceptable, comme des possibilités de dire quand l'enjeu de dire était d'exprimer des idées et pensées.

⁴ 'Vodka Pure Estonienne – oui, vodka Spéciale de Moscou – non !'

1.3 Questions rhétoriques

Kas Tuhkatriinu võidab prints Alberti südame ?

Un moyen rhétorique pas très fréquent mais intéressant est l'usage des questions rhétoriques.

Pour moi, je regarde les questions proposées par les manifestants comme slogans qui font partie des énoncés génériques au sens de questionner les valeurs, les vérités, mais l'importance du contexte est toujours essentielle pour comprendre à quoi renvoient ces questions rhétoriques plus précisément ou à l'implicite. Donc, ces énoncés ont l'air universel, mais en même temps ils sont contextualisés.

À Paris, les étudiants proposent, parmi les slogans, une question rhétorique demandant *Comment penser librement à l'ombre d'une chapelle ?* On peut le prendre au sens universel, dans un pays qui doit promouvoir l'idée de la laïcité. À l'époque, la société française, traditionnelle, a été influencée par les règles et coutumes de l'église chrétienne. L'opposition à la religion est représentée ailleurs dans le slogan *Le sacré, voilà l'ennemi*. Selon ce slogan, les manifestants disent que 'le sacré' avec sens religieux, est l'ennemi, mais il est possible que ce mot représente un sacrifice de 'culte de Gaulle' ou pseudo culte pour protéger les traditions. Au sens contextualisé, on peut penser aussi au fait que l'Université de la Sorbonne, somptueux édifice ancien et traditionnel, comportait en effet une chapelle (La chapelle sainte Ursule de la Sorbonne). Donc, de manière métonymique, la question marque le fait que la République française devrait se baser sur la laïcité mais l'idéologiquement, la Sorbonne est une chapelle de culte chrétien. Sous cette « ombre » il n'est pas possible de penser librement, si toutes les nouvelles idées sont contrôlées par les coutumes chrétiennes et la culture avec ses idées contemporaines n'évolue pas. Pour cela, les étudiants demandaient d'arrêter l'hypocrisie de la Sorbonne et de commencer le nouvel âge.

À Tartu, il y avait un slogan sous forme de question rhétorique telle : *Kas Tuhkatriinu võidab prints Alberti südame ?*⁵ Dans ce cas, il est important de connaître le contexte en arrière-plan du Festival des étudiants. Il faut savoir que la censure avait interdit une

⁵ 'Cendrillon gagnera-t-elle le cœur du prince Albert ?'

pièce de théâtre « *Tuhkatriinumäng* » qui, d'après la censure, était contre les idées cultivées du socialisme. Les intellectuels et les étudiants étaient opposés à cette interdiction et pendant le Festival des étudiants, les étudiants ont scandé *Tuhkatriinu* en passant du théâtre Vanemuine. *Prints Albert* impliqué dans le slogan était notamment le ministre de la culture Albert Laus en RSS d'Estonie qui avait interdit cette pièce de théâtre. (Vako 2008 : 420-421)

Au sens plus général, ce slogan comporte un sens plus profond quand on regarde le sujet de censure et la liberté d'expression. Le 'Tuhkatriinu' représente la liberté d'expression et la vie sans censure et 'prints Albert' représente l'oppression de la vie culturelle libre. La manière dont la question est posée fait entendre que les étudiants n'attendent pas de réponse. Sur le plan général, le sens de cette question pose les valeurs face à la censure et demande de la liberté d'expression.

L'utilisation des questions probablement rhétoriques par les étudiants est donc un moyen de marquer la volonté des étudiants pour un changement. Comme ces exemples le montrent, l'emploi de questions rhétoriques permet de demander de manière plus générale ou pointer un problème qui concerne les étudiants.

1.4 Réutilisation des énoncés connus

Mort aux vaches!

Comme un slogan doit être court et bien dit (« rythmé » selon Reboul), il peut être mot-à-mot « une formule ramassé » et réutiliser quelques énoncés déjà connus comme bien formulés.

Dans leurs formulations, beaucoup de slogans réutilisent des phrases connus. Parmi ces slogans on peut distinguer trois groupes : les textes politiques, la sagesse de la nation/d'individus, les phrases de la vie ordinaire.

Quelques fois les manifestants parisiens ont utilisé des slogans plutôt communistes mais en faisant détourner le sens original. Il est important de rappeler que les partis communistes n'existaient pas seulement dans les pays communistes mais aussi dans

les pays démocratiques comme la France. Ces partis de l'Ouest ne gagnaient toutefois pas le monopole de la société comme dans l'Est. L'une des possibles causes pour reformuler ces slogans communistes à Paris est l'opposition entre les gaullistes et les gauchistes parce que les gaullistes représentaient pour les gauchistes tout ce qui était mauvais dans la société d'alors. Or durant les manifestations, sans dépendance de couleur politique, il manifeste un sens collectif ou hyperénonciateur qui poursuit une même mission – le changement :

Les divers slogans impliquent l'existence d'un hyperénonciateur qui fonde leur compatibilité dans l'espace d'une même manifestation. À la différence de la „Sagesse des nations“ des proverbes, qui reste stable, cet hyperénonciateur varie en fonction de la couleur politique des rassemblements. Au-delà de ce rassemblement fugace, il est censé assurer une continuité imaginaire d'un rassemblement à l'autre. (Maingueneau 2012 : 65)

Il est possible aussi que l'opposition entre les gaullistes et les gauchistes est seulement pour s'opposer entre eux. En tout, tous les deux mouvements représentent l'esprit de Mai-68.

Textes politiques comme sources de citation

Dans les slogans, le domaine source de citation représente un domaine familier, connu, que les manifestants connaissent bien (tous les étudiants français lisaient la littérature marxiste, fort à la mode comme modèle de changements), mais ils présentent une interprétation à eux, en termes de liberté sociale. Ceci est une cause possible pour les slogans *Travailleurs de tous les pays, amusez-vous !* et *Debout les damnés de l'Université*.

Dans le cas de *Travailleurs de tous les pays, amusez-vous !* on reformule le slogan communiste plus connu *Travailleurs de tous les pays, unissez-vous !* Dans le slogan reformulé, l'idée d'union des travailleurs contre le capitalisme est détournée et le nouveau slogan appelle les travailleurs à apprécier l'humour ou plutôt l'amour.

Debout les damnés de l'Université est une paraphrase des paroles de la chanson emblématique de la cause communiste « L'Internationale ». Les paroles originelles

s'adressent à tous ceux qui sont dans des conditions mauvaises : *Debout, les damnés de la terre*. Dans le slogan on remarque donc la substitution du mot originel avec le mot 'l'Université' – parce que les étudiants étaient mécontents du système éducatif et du système universitaire. Dans ce sens, les étudiants dans les universités sont les damnés parce qu'ils sont opprimés dans le système. On peut noter que durant les événements du mai-68 les gaullistes, qui soutenaient le président, ont chanté *Le Marseillaise* et les gauchistes ont chanté *L'Internationale*.

En Estonie, aussi on trouve des citations utilisées comme slogan, et également des réutilisations des formules de discours marxiste. Par exemple : *Kommunismitont käib ringi mööda Euroopat*.⁶ Ce slogan est une réutilisation légèrement modifiée de la première phrase du « Manifeste du Parti communiste » rédigée par Marx et Engels. La phrase originelle est *Üks tont käib ringi mööda Euroopat - kommunismitont*. / *Un spectre hante l'Europe : le spectre du communisme*.

Dans le contexte de 1968, après les événements de Tchécoslovaquie, « le spectre du communisme » peut être interprété comme le spectre monstre qui a attaqué la Tchécoslovaquie. Ceci est justement l'effet d'hyper-énonciation, les manifestants montraient par cette interprétation de manière implicite leur opinion sur la suffocation du Printemps du Prague.

La sagesse ancienne

Plusieurs slogans réutilisent aussi la sagesse ancienne, des proverbes ou dictons que les hommes connus dans l'histoire ou le peuple a énoncé dans le passé. En France par exemple, on voit l'expression de Jules César *Veni, Vidi, Vici* ou en français 'Je suis venu. J'ai vu. J'ai vaincu.' Ce slogan est écrit par les étudiants français *Je suis venu. J'ai vu. J'ai cru*. Dernière parti 'j'ai cru' représente le passé de croire les politiciens et autres figures d'autorités. Il est possible que telle formulation représente aussi l'idée de quitter le culte de Charles de Gaulle. Autre interprétation pour ce slogan est que 'Je' est un énonciateur symbolique pour désigner de Gaulle, qui croyait qu'il était essentiel pour toujours pour la Ve république après être venu de Londres et avoir vaincu la bataille pour gagner la guerre.

⁶ 'Le spectre du communisme hante l'Europe'

À Tartu, on peut noter l'usage des proverbes impersonnels. L'usage des pronoms *je*, *nous* et *vous* constituerait peut-être un élément trop dangereux pour les manifestants et causerait des répressions. Pour cela, les énonciateurs donnent la parole à la sagesse du peuple et paraphrasent les proverbes ou les maximes. Ceci est le cas dans le slogan *Metsameeste veri ei värise*⁷ où '*veri ei värise*' contient le composant similaire du proverbe *Vaga veri ei värise*. Le sens du proverbe est que les innocents n'ont pas peur. Quand on a rajouté « metsamees » ('partisan de l'opposition cachée dans les forêts) qui représente la résistance contre le système politique et pour le pays libre, ces partisans, qui n'ont pas peur, peuvent implicitement être interprétés comme innocents aux yeux du peuple.

Éléments de la vie quotidienne

Les slogans ne sont pas seulement politiques ou provenant de la sagesse ancienne, il y a aussi quelques slogans qui utilisent les éléments de la vie quotidienne comme par exemple les enseignes affichés dans les toilettes publiques. Il y avait notamment, à Paris, un slogan comme *Veillez laisser le Parti communiste aussi net en sortant que vous voudriez le trouver en y entrant*. Dans ce slogan le mot originel 'toilette' est substitué par 'le Parti communiste'. La substitution marque une comparaison assez choquante des toilettes et du Parti communiste comme un endroit de passage où les hommes entrent et sortent peu après. Cette comparaison ironise sur les membres indécis qui rejoignent le parti et repartent peu après.

Dans le système soviétique, le discours communiste se présentait comme *conduisant* au communisme comme idéal à atteindre. Dans la société, les gens entendaient souvent des énoncés construits sur le modèle '*näitab teed kommunismile*', tels les énoncés comme '*Seltsimees Stalini kõne näitab tee kommunismile*' ou '*Töötada veel paremini selles on tee kommunismile*' (Edasi). A ce moment-là, les communistes soviétiques et chinois avaient des conflits idéologiques et les étudiants estoniens évoquent ces différences dans le slogan comme *Ainult hiina taskulamp näitab teed kommunismile*⁸, où la lampe de poche chinoise allume (de manière contestataire) la

⁷ 'Le sang des résistants dans les forêts ne tremblent pas'

⁸ 'Seule la lampe de poche chinoise montre la voie au communisme'

direction du communisme dans le pays où l'idéologie soviétique devait représenter la vérité. On peut dire que la lampe de poche chinoise est en outre une métonymie qui dans ce cas représente la direction idéologique de la Chine.

Un slogan problématique mais important pour l'analyse est *Mort aux vaches !* parce qu'il est un bon représentant d'un slogan scandant. Les *vaches* dans ce slogan représentent les policiers et autres qui ont utilisé la force de façon excessive pour éliminer les étudiants manifestants. D'après le site L'internaute, il s'agit d'un slogan historique qui a été créé au 19^{ème} siècle, où ce slogan a été adressée à la police et à toute autre personne représentant l'ordre. Un autre site web, Wiktionary explique ce slogan comme cri antimilitariste, anarchiste ou communard pour injure lancée aux forces de l'ordre de tout temps. Le slogan a été utilisé dans la littérature par exemple par Richard O'Monroy en 1898 et par Anatole France en 1902. Ce slogan était donc important et déjà utilisé avant mais aussi après les événements du mai-68. Par exemple, un groupe de punk Parabellum reprend cette formule dans la chanson « Cayenne » dans son album « In Vivo Veritas » en 1991. Donc même si c'est du registre familier – ou bien justement à cause de cela – cette formule fait partie du patrimoine soit 'culturel' français et sert bien dans une énonciation aphorissante⁹.

L'essentiel dans l'emploi des moyens rhétoriques est donc dans la possibilité de faire concentrer une grande idée dans une formule courte. La métonymie réduit l'élément opposé par un mot ou élément plus connu. On peut penser que l'utilisation des métonymies à Tartu était une méthode pour les étudiants pour se protéger des répercussions parce que les slogans n'étaient dans cette forme pas aussi menaçant qu'en forme directe. L'antithèse montre l'opposition avec l'utilisation des termes opposées ou contradictoires. Ce moyen propose une méthode forte pour ridiculiser les paradoxes ou les contradictions de la société et était pratiqué surtout à Paris, où les étudiants ne devaient pas se freiner dans l'expression.

⁹ Aphorisant est un terme de Maingueneau (2012 :22-24)

Que l'on condense les idées ou on utilise des éléments opposés, on peut aussi poser des questions sur les réponses attendues et en même temps savoir que la réponse n'arrivera pas. On peut noter aussi qu'une réutilisation des énoncés connus est un élément typiquement utilisé dans les manifestations de tout temps. Comme preuve, l'exemple du slogan *Mort aux vaches !* qui a survécu les années et continue sa vie avec la définition créée à l'époque. Selon Maingueneau (2012 :65) les slogans de Mai 68 sont abondamment réutilisés dans toutes sorte de textes jusqu'à aujourd'hui. L'effet d'utilisation des moyens rhétoriques est donc bien ce que montre la définition de slogan par Reboul. C'est pour tout condenser dans une formule « ramassée et rythmée », pour des fins « mnémoniques et pragmatiques ». Si la première partie du mémoire a étudié quels moyens étaient utilisées dans les slogans pour ces effets, la partie suivante étudiera plus particulièrement comment les étudiants-manifestants s'exprimaient de manière collective et générale dans ces slogans « visant à mobiliser et à pousser à l'action ».

2. Régimes énonciatifs

Dans ce chapitre, j'analyse sous quelle forme d'interaction les slogans en étude se présentent en général pour le public cible symbolique ou pour les manifestants eux-mêmes. Si les slogans « vis/ent/ à mobiliser et à pousser à l'action » (Reboul), ils le font de manière différente dans les deux pays. Par l'étude de la forme générale des slogans, on peut montrer des 'régimes' discursifs des manifestants de deux pays, soit des régimes énonciatifs de deux contextes.

Selon les modalités d'énonciation qui se manifeste dans la forme des slogans, il est possible de diviser les slogans en deux : les énoncés génériques (formules génériques affirmatives) et les injonctions (formes d'incitation directe). L'injonction serait dans l'idéal une expression en forme directe de ce que *veulent* les manifestants, à résumer sous un modèle type comme (*Nous voulons*) *que cela soit ainsi !* Par exemple *Juustu igasse peresse !¹⁰* L'énoncé générique, d'autre part, serait une expression qui donnerait à voir ce que *pensent* et *croient en général* les manifestants (*Nous pensons que cela est ainsi.*) Par exemple *Etre libre en 1968, c'est participer*. Je définis donc comme injonctions les slogans qui utilisent le point d'exclamation et/ou où les verbes à l'impératif ou à l'infinitif, ou encore absents. Dans les énoncés génériques, le verbe noyau du slogan est à l'indicatif, le plus souvent c'est *être* – par exemple comme dans le slogan ci-dessus ...*c'est participer*. Les énoncés génériques ne sont pas des incitations directes, mais ils invitent à mobiliser par affirmer les idées.

Dans les slogans, la distinction des modalités n'est en fait pas absolue, le mélange entre les deux est possible. Dans quelques exemples, le slogan n'est par exemple pas seulement une phrase mais il y a deux phrases pour que le slogan porte un sens. Dans ce cas, le slogan n'est pas seulement une phrase mais il est composé de plusieurs phrases qui comportent des constructions différentes. Le slogan *L'art est mort, ne consommez pas son cadavre* est un bon exemple. Première phrase *L'art est mort* est énoncé générique parce qu'il utilise le verbe 'être' et deuxième phrase *ne consommez pas son cadavre* est une injonction.

¹⁰ 'Du fromage pour chaque maison !'

Ces modalités d'énonciation, comme l'utilisation des moyens rhétoriques, sont une caractéristique pour expliquer l'essence des slogans dans les deux contextes (les manières de dire définies par les deux contextes, soit des 'régimes énonciatifs' des slogans de Paris et de Tartu '). Car dans le fonctionnement de ces caractéristiques, il y a toujours des particularités en fonction des contextes. Ainsi, les énoncés génériques redéfinissent ou confirment les valeurs. Il y a bien sûr aussi un mélange entre les régimes énonciatifs générique et injonctif, surtout en France, où la forme des slogans n'est pas réglementée, les étudiants pratiquent plutôt une liberté artistique et verbale infinie. Pour comprendre les énoncés injonctifs dans le cas de Tartu et du régime communiste, il faut par contre expliquer encore les causes et le contexte pour lesquels ces slogans ont été créés. Je vais caractériser le fonctionnement de ces deux types de modalités d'énonciation dans le contexte de deux régimes politiques, pour décrire, à partir des slogans utilisés, les programmes discursifs collectifs des étudiants de deux contextes ou leur régimes énonciatifs.

2.1 Les énoncés génériques, qui redéfinissent ou confirment les valeurs

Je qualifie donc les slogans qui utilisent le verbe *être* comme énoncés génériques. Ce sont les énoncés qui terminent avec le point et dont la portée n'est pas d'inciter mais d'asserter une idée résumable par le verbe *être* comme *La poésie est dans la rue*.

Redéfinir la société française

Dans les énoncés génériques, dans le cas des slogans français, la fonction discursive qui peut être déduite est que la mission des slogans était une redéfinition de la société contemporaine. Pour redéfinir les valeurs et toute la société, les manifestants ont utilisé comme moyen le verbe 'être' dans ces slogans. Pour exprimer cette idée, on peut le résumer par un schéma comme 'x est y' où x représente les idées ou les valeurs à changer et y représente une nouvelle définition.

Les étudiants estoniens, selon Vako (2008 :422), ont été familiers des événements réels de Prague et elle suppose que les étudiants estoniens avaient bien connaissance de

l'impossibilité de changer le régime politique vers une version même un peu plus humaine. Cette supposition fournit une des explications pour laquelle il n'y a pas beaucoup de slogans dans le corpus des slogans de Tartu qui seraient de construction similaire avec le type d'énonces génériques parisiens.

À Paris, l'une des redéfinitions de sens est culturel. Cette redéfinition est très visible, marquante dans le slogan *La culture est l'inversion de la vie*. Dans le schéma 'x est y', *la culture* est redéfinie comme une inversion de la vie, avec le sens que la culture contemporaine était arriérée et n'offrait pas cette satisfaction qui était cherchée.

Deux slogans prochains redéfinissent l'art comme mode d'expression individuelle. Le slogan *L'art est mort. Godard n'y pourra rien* a deux partis, la première dit que 'l'art' dans le sens de film ne satisfait pas les consommateurs contemporains et la deuxième partie dit que (même) Jean-Luc Godard, un réalisateur en mouvement de style Nouvelle vague, ne change pas cette insatisfaction. On peut comprendre ce slogan comme une affirmation que l'art contemporain est vraiment mauvais, mais le slogan donne une possibilité de redéfinir l'art. Cette insatisfaction n'était pas seulement en art visuel mais aussi en littérature comme le slogan *La poésie est dans la rue* le disait. Il marque que les manifestants ont créé la poésie durant les manifestations et les luttes mais ils ont vu leurs activités de fait peu poétiques. On redéfinit ainsi même les endroits pour créer de la poésie.

Les manifestants français ne cherchent pas seulement un changement de la société mais aussi quelques émotions qui sont représentées dans les slogans comme *Le bonheur est une idée neuve* pour chercher un bonheur dans la vie quotidienne ou selon le slogan général, la liberté dans la vie.

Le sujet de la liberté est aussi un focus dans le slogan *Il est douloureux de subir les chefs, il est encore plus bête de les choisir* mais dans ce cas, la liberté est de vivre sans soumission aux employeurs. Je comprends que la liberté en question est une liberté de choisir. Il y a deux possibilités d'interpréter le slogan en vue de mot 'chefs'. Le chef comme employeur/directeur ou comme le chef d'État. Ces deux interprétations changent le sens du slogan. Dans le premier cas, l'idée est plutôt socialiste ou anticapitaliste qu'on oppose à la soumission au capitalisme et au choix entre les

capitalistes parce que le peuple est obligé de les choisir en raison de la pression de la société. Si le *chef* est le chef d'État, et la soumission celle d'être soumis au gouvernement, cela est douloureux pour les citoyens, car il est vraiment plus bête de choisir les chefs qui causent la soumission.

Les affirmations d'acceptation ou de résistance à Tartu

Dans le modèle où les étudiants français redéfinissent les valeurs, il y a aussi un slogan en Estonie qui est possible d'interpréter comme une redéfinition – *Alandlikkus – orjade õnn*¹¹. Il redéfinit l'humilité qui peut en principe être une valeur positive (dans la tradition religieuse par exemple) mais dans le slogan l'humilité est le bonheur particulièrement des esclaves. On peut interpréter alors le slogan au sens que le temps de l'esclavage est revenu mais cette fois-ci l'esclavage est celui du communisme. Mais en même temps, le slogan fait entendre que pour une chance de bonheur dans le temps communiste, il faut avoir de l'humilité. Or si l'humilité est le bonheur des esclaves, le slogan n'approuve pas cette qualité et personne ne voulaient d'esclaves. Quand on repense aussi au slogan qui disait que les opposants dans les forêts ('*metsamehed*') n'avaient pas peur et n'étaient donc pas des esclaves, on confirme par ce slogan une valeur de résistance, d'opposition au système, c'est une menace indirecte énoncée au système.

Avec ce slogan, on continue avec des slogans estoniens qui semblent plus ou moins affirmer les situations quotidiennes même s'il y a une pénurie de liberté. Le slogan *Ajalooratast ei saa tagasi pöörata*¹² affirme qu'il n'est pas possible de changer le passé parce que (la roue) d'histoire continue son chemin. On marque que ce slogan est peut-être un signe d'acceptation des horreurs de la liberté perdue, mais il montre en même temps que la chance pour regagner la liberté est possible.

Le slogan *Meie aeg lööb auku müüri*¹³ affirme l'idée de changement dans l'espoir de libéralisation de Nikita Khrouchtchev, aussi connu sur le nom de fondre de Khrouchtchev. Comme le temps de Khrouchtchev était fini, selon Vako (2008), les manifestations marquent la fin de la nécessité d'opposition du Komsomol et de

¹¹ 'Humilité – le bonheur des esclaves.'

¹² 'La roue de l'histoire ne se laisse pas remonter.'

¹³ 'Notre temps perce un trou dans le mur.'

resserrer les vis des libertés dans la société soviétique. Le message du slogan était que les étudiants cassent le mur communiste/soviétique sur le chemin de libertés d'expression.

*Võtame vastu revolutsiooni teatepulga*¹⁴ est symbolique que la nouvelle génération prend la continuation de mission communistes de la révolution mondiale. Il remarque le changement de génération qui va affirmer et continuer l'idéologie communiste dans la société et la culture. Ce slogan affirme que les valeurs communistes étaient préservées dans la jeunesse de l'Union. Donc les étudiants dans le monde étaient plutôt révolutionnaires, on peut interpréter le témoignage de l'esprit de révolution comme une promesse d'introduire les idées de Prague en RSS d'Estonie ou de commencer la révolution contre le pouvoir.

*Vendlus on hädaohus*¹⁵ marque, à l'origine, le danger pour la fraternité du monde socialiste. Quand on voit le monde socialiste comme une fraternité qui est cultivé, il faut noter que ce sont les partis communistes de fraternité qui sont en danger avec la suffocation du Printemps de Prague. Cette fraternité n'est donc pas seulement négative mais il porte aussi un élément d'union contre les régimes rouges et pour la démocratie. Simultanément, ce slogan redéfinit l'idée de fraternité, en le remplissant d'un nouveau contenu, et affirme le fait que la fraternité néanmoins de spectre politique où il trouve sa place, est en danger. La redéfinition est alors la marque de support pour les tchèques du bloc de l'Est qui se battent contre le régime forcé par Moscou.

Pour expliquer le phénomène de sens de fraternité internationale, Bent Boel (2009) dans sa recherche étudie les connexions entre les contestataires soixante-huitards de l'Est et de l'Ouest :

Pour de bonnes raisons : la situation, les buts et la phraséologie politiques des deux côtés du Rideau de fer divergeaient fondamentalement et, partant de là, on devrait plutôt parler d' « incommunicabilité » entre les deux mouvements . Il n'empêche que l'hypothèse d'un impact de Mai-68 sur les contacts Est-Ouest peut se nourrir de la solidarité proclamée en 1968 par certains contestataires de l'Ouest avec le Printemps

¹⁴ 'Reprenons le flambeau de la révolution'

¹⁵ 'La fraternité est en danger !'

de Prague (à l'instar de Rudi Dutschke) et avec l'opposition polonaise (à l'instar de Daniel Cohn-Bendit) ainsi que de la perception chez certains acteurs — dissidents y compris — qu'une communauté entre contestataires de l'Est et de l'Ouest existait bel et bien, du moins sous la forme d'une commune sensibilité anti-autoritaire.

Comme Boel l'explique, la communauté entre l'Est et l'Ouest (comme la France et la Tchécoslovaquie) existait, mais on agrandit cette communauté entre les pays du Pacte de Varsovie et l'Union Soviétique pour expliquer les connexions entre le RSS d'Estonie et la Tchécoslovaquie.

Le slogan de manifestation peut donc comporter le sens de redéfinition ou d'affirmation des valeurs pour les manifestants. Les exemples donnés ont montré les possibilités qui permettent de redéfinir ou affirmer. Les exemples expliquaient donc les modèles, ils ne sont pas suffisants pour faire des conclusions sur les différences entre les pays analysés.

2.2 Les injonctions directes et l'implicite

L'injonction comme modèle est en principe la forme la plus explicite pour exprimer les idées dans un slogan. J'analyse dans ce type les slogans qui ne font pas usage de figures de style spécifique et qui sont assez directes. Une particularité efficace de l'injonction, spécifiquement de l'utilisation de l'impératif est aussi ce que cette forme aide à demander, célébrer ou hurler plus directement que l'énoncé générique.

En comparant les deux pays et leurs slogans, l'injonction est beaucoup utilisée à Tartu mais il y avait quelques slogans de ce genre à Paris aussi. Pour le cas de Paris, j'analyse plus précisément la construction 'à bas + qqch' et un peu les slogans qui ont été créés pour clarifier le message de gauche. À Tartu, la forme d'injonction qui se répète beaucoup dans les slogans est : 'Elagu ... !' (Vive ...), ce qui est expliqué par la langue de bois de l'époque, où un slogan socialiste par défaut se définissait presque toujours selon ce modèle.

La langue de bois est le phénomène typique des régimes communistes. Le Dictionnaire d'analyse du discours l'explique ainsi : Elle « reflète une position dogmatique », du parti communiste de l'union soviétique :

Cette notion a ainsi, d'une part, un contenu idéologique fort, une histoire qui va de la crise du stalinisme soviétique à celle, plus générale, des institutions et des partis politiques actuels, et d'autre part un contenu formel, qui peut s'analyser et qui correspond globalement à des propriétés discursives perçues intuitivement. Elle a acquis une portée qui, dépassant les circonstances de son émergence, rend pensable l'articulation de l'analyse du discours et de la sociologie politique. (Fiala 2002 : 335-337)

(Vive et) À bas à Paris

En France, il y a plusieurs slogans qui peuvent se définir comme injonctions mais dans ce mémoire je ne regarde que les deux types d'injonction les plus directes : 'Vive + quelque chose' et 'à bas + quelque chose'. La première est en minorité par rapport à la deuxième.

La construction en injonction devrait faire voir ce que veulent et demandent les manifestants français. Selon les slogans, les étudiants veulent en fait, plutôt de manière tautologique la révolution, le surréalisme, la liberté Les slogans analysés ici en construction 'À bas + ... ' sont en majorité avec le sens d'éliminer les choses qui sont négatives de la perspective des étudiants. Il est également possible que les étudiants veuillent provoquer et irriter les habitants d'une société inacceptable pour eux.

Dans le slogan *À bas la charogne stalinienne ! À bas les groupuscules récupérateurs* ! on note la construction 'à bas + quelque chose / quelqu'un' avec des éléments soviétiques. Ce slogan identifie l'opposition contre le communisme stalinien, très oppressif et ce 'charogne stalinienne' marque les restes de politiciens staliniens en Union Soviétique. Si l'idée du communisme ou eurocommunisme était populaire parmi les étudiants, avec intelligence, ils s'opposaient au système oppressif de l'Union Soviétique.

Comme l'une des idées auxquelles les étudiants s'opposaient était le consumérisme, un bon exemple est un slogan qui minimise l'importance de ce mode de vie (et l'injonction est un bon régime pour demander cela) – *À bas la société spectaculaire marchande*. En même temps le slogan est pointé contre la société et son problème de consumérisme. Le slogan dit que la société est vendable parce que les marchands commercent tout dans la société et peut-être les valeurs étaient changées à l'avantage des marchands.

Un slogan qui marque une opposition mais en même temps montre le vouloir culturel est *À bas le réalisme socialiste. Vive le surréalisme*. Le réalisme socialiste et le surréalisme sont des genres d'art. Le réalisme socialiste était à la mode dans les pays communistes qui faisait représenter les travailleurs qui construisent le système communiste. Le surréalisme est plutôt opposé au réalisme socialiste et représente les libertés pour voir le monde différemment. Le réalisme socialiste n'offrait pas les libertés de pensées, mais le surréalisme offrirait toutes les libertés. Dans ce cas, je pense qu'il n'y avait pas d'opposition politisée mais l'opposition entre le contrôle et les libertés, comme le réalisme socialiste était contrôlé et le surréalisme ne l'était pas.

On note que même si le gauchisme représente les idéologies dites « rouges » (Marx) et est opposé au gaullisme, les étudiants n'ont pourtant pas parlé de communisme parce que ceci ne représente apparemment pas la liberté que les étudiants voulaient. Par exemple, un slogan dit *Ne consommons pas Marx* pour éviter l'idéologie de gauche. Si on se concentre sur le verbe 'consommer' en référence au consumérisme, le sens du slogan indique que les étudiants commençaient à consommer ces idées de gauche sans compréhension le sens plus profond. Paradoxalement, l'idéologie marxisme s'oppose au consumérisme. Toutefois, politiquement le marxisme n'était pas très sérieux comme référence comme le montre le slogan *Je suis marxiste, tendance Groucho* qui ridiculise le marxisme. On fait référence au comédien Groucho Marx, un des frères Marx.

Langue de bois appliquée à Tartu

Pour comprendre les constructions injonctives des slogans de Tartu, il est important de comprendre ce qu'était la « langue de bois » du régime soviétique. Selon DAD (Fiala 2002 : 335) la langue de bois est « une expression métaphorique qui a une manière rigide de s'exprimer par usage de clichés, de formules et de slogans. La langue

de bois reflète une position dogmatique, » dans le cas de la position du parti communiste d'union soviétique, « sans rapport avec la réalité vécue en particulier ceux des régimes communistes. »

Comme langue de bois, je regarde les mots dans les slogans qui font partie du champ lexical du socialisme. Le champ lexical du socialisme consiste en mots typiques généralement associés au discours socialiste. Dans les slogans de ce type, le vocabulaire socialiste contient des mots et des phrases considérés comme étant sûrs et familiers pour le régime, sauf que les étudiants ont détourné dans leurs slogans ce vocabulaire de sorte qu'on pouvait le prendre au sens tout opposé – dans le sens négatif pour le pouvoir. Alors que le champ lexical socialiste implique normalement une interprétation générique, les étudiants ont proposé des slogans où on peut trouver une interprétation éventuelle, sous-jacente en contexte. Sans le contexte, les slogans clichés ne portent pas le sens négatif pour le régime.

Selon Eleri Vako (2008 : 424) l'organisation Komsomol a donné quelques instructions précises pour les slogans :

- les slogans ne doivent pas donner lieu aux interprétations antisoviétiques,
- les slogans ne doivent pas être vulgaires ou inutiles/insignifiants,
- ou exprimer les opinions de problèmes sociaux. /les slogans peuvent exprimer des opinions sur des problèmes sociaux.

Selon Eleri Vako, les bons slogans pour le pouvoir étaient *Elagu ÜLKNÜ 50. aastapäev! Maha imperialistlik sõda!, Au langenud kangelastele, Arenegu sotsialistlik demokraatia! Tugevdagem üliõpilasliikumise ühtsust! Ühiskondliku progressi jõud kasvab kogu maailmas! Elagu sotsialismimaade ühtsus!*

Ces slogans recourent en effet à ce qu'on peut appeler la langue de bois du régime soviétique.

On peut donc décrire l'effet de la langue de bois dans ces slogans ainsi : construction 'Elagu + quelque chose procommuniste', utilisation des mots qui font partie du champ lexical de socialisme, verbe progressif, ... C'est la forme de slogan qui était recommandé et par des choix suffisamment ambigus dans ce vocabulaire plus ou

moins obligatoire pour le régime, il était néanmoins possible de créer des sous-entendus contre le régime.

Interprétations antisoviétiques ou non ?

Le slogan qui représente la mieux la langue de bois est *Elagu ÜLKNÜ 50. Aastapäev!*¹⁶. Dans ce slogan, il y a les éléments de la langue de bois comme la construction *Elagu* + élément soviétique. Cet élément pouvait être quelque chose de lexicale comme un nom, un adjectif, une abréviation *ÜLKNÜ* (*Üleliiduline Leninlik Kommunistlik Noorsooühing*) (*Union des jeunesses léninistes communistes*). En même temps, ce slogan est bien concrètement dédié à un événement d'actualité communiste – le 50^{ème} anniversaire de l'Union des jeunesses léninistes communistes ou du Komsomol. C'est pourquoi il n'y avait pas trop de possibilités de l'interpréter de manières diverses. Ce slogan, pour ainsi dire, est un slogan pur, sans erreur pour la censure ou/et le pouvoir. Il est parfaitement correct du point de vue de l'idéologie communiste.

Autre slogan qui a la construction similaire est *Elagu sotsialismimaade ühtsus !*¹⁷ On peut noter un mot *ühtsus* (unité) qui représentait toujours, selon l'idéologie du communisme l'unité des pays et des nations dans l'Union du « bloc socialiste ». Dans le sens ordinaire, ce slogan était donc bien correct louant l'unité des pays socialistes mais il est possible d'interpréter ce slogan comme un support pour le Printemps de Prague avec l'unité contre le régime socialiste/communiste.

Il est notable que le mot *elagu* a deux possibilités en estonien pour l'interpréter. Le premier sens dans les slogans est le sens d'exclamation, synonyme d'*Hourra !* ou *Vive !* mais il est possible de l'interpréter aussi au sens propre du verbe 'vivre' en mode impératif comme une idée de continuation. Dans le cas de *Elagu ÜLKNÜ 50. Aastapäev!* le mot '*elagu*' a le sens 'vivre'/d'exclamation. Dans le cas de *Elagu sotsialismimaade ühtsus!* le mot '*elagu*' porte le sens de continuation.

¹⁶ 'Vive le 50^{ème} anniversaire du Komsomol !'

¹⁷ 'Vive l'unité des pays socialistes !'

Pour le slogan *Elagu vankumatu marksist Lentsman!*¹⁸, le contexte est essentiel. Leonid Lentsman était le secrétaire de l'idéologie du Parti Communiste d'Estonie, qui a eu des conflits avec un grand nombre d'intellectuels estoniens (Vako 2008 : 425). Selon Vako ce slogan était problématique pour les apparatchiks du pouvoir parce qu'ils ont vu que les étudiants utilisaient l'ironie. Après le défilé, le créateur du slogan a dénoncé l'ironie ou la connotation négative pour éviter les problèmes avec l'université. L'auteur du slogan disait que le sens du slogan était une mention amicale, montrer la fidélité au monsieur Lentsman (2008 : 440).

On note que quand les apparatchiks voient l'ironie dans ce slogan, comme s'ils acceptent la possibilité d'interpréter négatif. Donc ce moyen – langue de bois + interprétations implicites mais pas explicites, à retourner au sens propre était la plus brillante défense contre le pouvoir

Les slogans *Arenegu sotsialistlik demokraatia!*¹⁹ et *Ühiskondliku progressi jõud kasvab kogu maailmas!*²⁰ montrent l'idée du progrès qui est un autre élément typique dans la langue de bois communiste. Ils utilisent les mots et phrases comme *arenegu*, *progress* et *kasvab* (développe, progrès, grandit) pour montrer cette idée. L'idée du progrès, dans la société socialiste, porte un message de développement dans/envers la société communiste, le but le plus positif. En même temps on peut se demander si, dans le cas d'une interprétation ironique, un tel slogan ne peut pas comporter l'idée qu'il faut du développement puisque la société dans laquelle les manifestants vivent n'est pas parfaite.

*Tugevdagem üliõpilasliikumise ühtsust!*²¹ est un slogan qui représente vraiment le contexte d'évènement. La cause pour le slogan est de manifester le soutien aux étudiants de Prague (« l'unité des étudiants ») et c'est un peu en élément mandataire de cet évènement, mais le slogan ne le dit toujours que de manière implicite, en utilisant la langue de bois. Tous les mots du slogan font partie du lexique socialiste courant, il y a les énonciateurs qui sont les étudiants qui énoncent cette unité comme

¹⁸ 'Vive l'infailible marxiste Lentsman !'

¹⁹ 'Que la démocratie socialiste se développe !'

²⁰ 'La force du progrès social grandit dans le monde entier !'

²¹ 'Rendons l'unité du mouvement étudiant plus fort !'

slogan. (Donc, apparemment rien de contestataire pour le régime et cependant le soutien contestataire collectivement énoncé.)

Il était donc possible de faire des slogans dans la langue de bois qui avaient des interprétations diverses. Il était possible d'interpréter les slogans correctement pour l'idéologie mais il y avait d'autres interprétations possibles, éventuelles, sous-jacentes. Les slogans faisaient voir formellement des éléments de la langue de bois mais ils dissimulaient un sens différent.

Selon Eleri Vako, le slogan *Inimesed, olge valvsad*²² a été problématique pour le pouvoir (2008 : 425) même si le slogan avec le point d'exclamation a été recommandé (2008 : 453). Le problème c'est que le slogan comporte deux sens. Cela dépend du destinataire s'il comprend ce slogan de manière positive ou négative pour le pouvoir. Le sens positif est une vigilance quant aux espions et saboteurs de la société socialiste mais le sens négatif peut-être est une vigilance quant aux collaborateurs du KGB ou des organisations répressives du pouvoir.

On peut décrire aussi une construction 'À bas + ...', telle que les étudiants français utilisaient mais les objets représentés dans ces slogans sont représentatifs de la société à laquelle les énonciateurs s'opposaient. Dans le slogan *Maha imperialistlik sõda*²³, on utilise idéologiquement l'idée communiste, qui est contre l'impérialisme américain mais les actions de l'Union Soviétique ressemblaient sans doute bien aux actions impérialistes selon les étudiants de Tartu.

Un autre slogan qui pouvait donner lieu aux interprétations diverses est *Au langenud kangelastele*.²⁴ Dans le contexte socialiste/communiste, dans la langue du bois, la phrase *langenud kangelased* (héros tombés) signifiait normalement les héros communistes mais dans le contexte de 1968, c'est possible que les héros tombés étaient les victimes du Printemps de Prague.

²² 'Les gens, soyez vigilants !'

²³ 'À bas la guerre impérialiste !'

²⁴ 'Honneur aux héros tombés'

Les étudiants ont utilisé le style de la langue de bois : *Elagu NSV Liidu peen välispoliitika* ; *Elagu vankumatu marksist Lentsman!* Les étudiants ont utilisé les slogans positifs mais il était important de remplacer quelque élément ou ajouter quelque chose pour créer de nouveaux slogans ironiques. Un exemple est *Elagu NSV Liidu peen välispoliitika*²⁵ qui est ajouté un mot „peen“ et il y avait les taches de couleur rouge qui indique l’interférence soviétique dans la politique Tchécoslovaquie en 1968. L’interprétation de ce slogan n’offrit pas une célébration de politiques étrangères d’Union.

L’engagement social manifesté

Comme l’ont bien voulu les indications données par les apparatchiks guidant de l’ombre le Komsomol, plusieurs slogans à Tartu représentent l’engagement social où les étudiants marquent quelques éléments problématiques avec ironie ou humeur.

On peut noter que le slogan *Elagu stipipäev* !²⁶ a la construction *Elagu* + quelque chose, qui est typique d’une langue de bois. *Stipipäev* n’est pas dans le champ lexical de socialisme mais dans le champ lexical de la vie d’étudiant. Le jour où l’étudiant recevait la bourse était un jour de fête. Ce slogan comporte donc un sens social recommandé quoique pas sûr si la censure était contente car ils ont pu le trouver un peu banale. Les slogans suivants signalent ce qui manque dans la société soviétique estonienne.

Dans le cas du slogan *Juust igasse kodusse*!²⁷, la demande de fromage est plutôt absurde mais en Union Soviétique, il ne l’était pas, il y avait plusieurs produits alimentaires, comme le fromage, qui étaient plutôt un luxe. Cette absence d’aliments et la volonté de manger normalement est représenté par l’élément métonymique – le fromage.

Le slogan *Laiendagem intrite voodikohti*²⁸ demandait d’élargir les sortes de lits dans les ‘intrid’. Dans l’argot des étudiants de 1968, ‘intrid’ au pluriel était une troncation

²⁵ ‘Vive la subtile politique étrangère de l’Union Soviétique.’

²⁶ ‘Vive le jour de la bourse étudiante !’

²⁷ ‘Du fromage pour chaque maison !’

²⁸ ‘Élargissons le nombre de lits dans les dortoirs d’étudiants !’

de mot ‘internaat’ pour définir le logement des étudiants. En même temps, on pense que les problèmes de logement à Tartu étaient significatifs.

Un slogan similaire que *Laiendagem intrite voodikohti* mais qui demande le contexte pour compréhension est *Nõuame vana Tiiki* !²⁹ Sans contexte, il est impossible de déchiffrer la demande d’étudiants. Je ne connais pas le vrai contexte mais je sais que ‘*vana Tiik*’ était un dortoir de l’université. Par exemple, une des possibilités est que le dortoir était fermé pour les étudiants ou les étudiants estoniens. Le slogan met en avant les problèmes de logement à Tartu puisqu’il n’y avait pas assez de bâtiments pour les étudiants. Après la manifestation, le pouvoir comprenait que les logements pour les étudiants étaient en mauvais condition.

Engagement national

Le slogan *Jänkid, kasige Peipsi taha*³⁰ a causé des problèmes pour les créateurs du slogan. Comme les slogans en Estonie étaient plutôt implicites, ce slogan est une anomalie parmi les autres, parce qu’il exprime son opinion plutôt de manière explicite. Selon Vako, les créateurs de ce slogan étaient punis par l’expulsion de l’Ecole supérieur d’agriculture (2008 :409). Son élément implicite se distingue par une demande faite aux américains d’attaquer la Russie, le pays derrière le lac Peïpous.

Comme l’instruction demandait des slogans qui ne devaient pas être vulgaires, les jeunes étudiants ont créé le slogan *Igale eesti naisele kaksikud* !³¹, le sens sous-entendu était qu’ils demandaient des jumeaux pour les estoniennes comme aide à la croissance démographique contre l’influx des migrants soviétiques.

Que les sujets des slogans étaient socialistes, sociaux ou banales, il y avait quelques slogans qui évoquaient le sujet de l’Estonie et de sa culture (et de son identité) mais qui n’ont pourtant pas causé de problèmes par leur nationalisme caché. *Rookida puhtaks eesti keel*³² exprime une volonté de nettoyer le langage estonien des mots et

²⁹ ‘Demandons le vieux Tiik !’

³⁰ ‘Ricains, dégagez et allez de l’autre côté de Peïpous’

³¹ ‘Des jumeaux pour toutes les estoniennes !’

³² ‘Nettoyer la langue estonienne !’

des expressions russes ou communistes, pour protéger la langue estonienne. Dans le cas de *Elagu Kalevite kants*³³ avec les éléments de la langue de bois, on scandait 'Vive l'Estonie' Mais pourquoi ce slogan n'était pas scandaleux ? Parce que l'expression '*Kalevite kants*' était positive pour le censeur, 'Kalev' représente le héros de l'épopée nationale et l'hymne d'RSS d'Estonie utilise les motifs de Kalev. La moto générale d'Union dans le cas des républiques était « Sisult sotsialistlik, vormilt rahvuslik » qui représente une idée bizarre de faire tout qu'on veut mais l'essence de chose doit être socialiste alors que la formule est nationale. Ce marque pour garder les éléments nationalistes comme les coutumes folkloriques donc le point principal est qu'ils ont l'esprit communisme et ils continuent le travail socialiste. Cela indique que l'hypocrisie était inscrite dans le système soviétique et demande aux peuples de lire entre les lignes.

Etant donné que l'utilisation de la langue de bois en Estonie est prévalente comme moyen utilisé par le régime soviétique, ce langage typé a donc en même temps proposé aux étudiants une possibilité de s'opposer au pouvoir de la sorte que les idées opposées sont cachées dans les méthodes utilisées par le pouvoir. La langue de bois donne aux étudiants estoniens un moyen de se protéger contre les répercussions possibles, les idées pouvant être interprété aussi de manière « correcte ».

³³ 'Vive le bastion des Kalev !'

Conclusion

Dans ce mémoire, les événements de 1968 à Paris et à Tartu étaient plutôt différents avec leurs intensités et conséquences mais les slogans que les étudiants des deux villes utilisaient marquent en partie des problèmes similaires. Le mémoire a cherché à montrer que les manières de former des slogans étaient plus implicites à Tartu à cause d'une peur de répercussions, alors qu'à Paris avec son air de liberté, ils étaient plus explicites.

Les sujets des slogans étaient similaires – politique, problèmes sociaux/quotidiens et liberté d'expression. Même si les régimes dans les pays analysés étaient différents, les mêmes groupes d'énonciateurs, les étudiants, s'opposaient au pouvoir. En France, le pouvoir était politiquement fossilisé pour les étudiants. Comme le disaient les slogans, le gouvernement du président du Gaulle était trop longtemps resté au pouvoir, il était autoritaire et conservateur. En RSS d'Estonie le pouvoir c'était le Parti Communiste oppressif. Comme tous les textes/œuvres ont été contrôlées par la censure du Parti Communiste, la question de liberté d'expression était actuelle en Estonie.

Dans les slogans, on analyse l'utilisation de moyens rhétoriques classiques et on caractérise les régimes énonciatifs de deux contextes en général. Quant aux moyens rhétoriques, on s'est concentré sur l'antithèse, la métonymie, la question rhétorique et la réutilisation des énoncés connus. Tous ces moyens permettaient d'exprimer les idées contre le pouvoir ou pour la liberté, toujours avec un effet particulier pour mémoire et dans la forme.

L'antithèse donne des éléments contradictoires ou opposés pour créer le message comme dans le cas du slogan *Lisez moins, vivez plus !* qui demande aux étudiants de substituer les livres à l'idée de vivre sa vie. L'intensité d'antithèse proposait les slogans comme *Il est interdit d'interdire, On achète ton bonheur. Vole-le ...*

L'utilisation de métonymie aide les manifestants à substituer les mots tabous qu'ils ne disaient pas directement mais aussi à compresser une idée dans un mot ou une phrase plus expressif symboliquement.

Les questions rhétoriques qui ont été proposées par les étudiants dans les slogans n'attendaient même pas de réponses mais ces questions indiquaient que les étudiants se retrouvaient face aux problèmes. Selon les slogans analysés, ces problèmes sont, à Paris, les traditions de l'université et, à Tartu, l'absence de liberté d'expression.

Parmi tous les moyens analysés ici, on a proposé comme hypothèse que l'intensité d'antithèse utilisaient à Paris ne permettait pas d'utiliser la même possibilité à Tartu de peur de répercussions. L'usage de la métonymie à Tartu a peut-être aidé à cacher les idées contre le régime politique avec l'utilisation de mots envisagés sûrs.

Sur l'axe de l'histoire, les événements de l'année 1968 avec leurs manifestations, leurs slogans et leurs idées n'étaient pas uniques. On marque ceci par la réutilisation des énoncés connus, vu que quelques slogans comme *Mort aux vaches !*, un slogan contre « le pays policières » étaient utilisés avant et après les événements du Mai-68. Les slogans réutilisés proposent une idée des influences des étudiants contemporains si les slogans originaux étaient détournés dans les slogans 1968 avec une nouvelle identité.

L'idée générale dans l'utilisation des moyens rhétoriques étaient un peu différente dans les pays analysés. À Paris, le but des étudiants était de choquer la société avec leurs slogans mais à Tartu, le sens caché dans les slogans aide à sauver le futur des étudiants. Avec cette information, on a avancé dans l'analyse des régimes énonciatifs ou comment les étudiants exprimaient leurs affirmations de changement et leurs oppositions aux idées dominantes dans la société contemporaine.

Comme régimes énonciatifs, des énoncés génériques et des injonctions constituent deux types de forme pour s'expriment les idées des étudiants. Par les énoncés génériques, on donne des affirmations et des redéfinitions pour la vie sociale à Paris et aussi à Tartu. Dans les deux contextes, d'une part, les affirmations affirment les faits proposés par le pouvoir même si les faits comportent une connotation négative. À Paris, les redéfinitions redéfinissent les éléments actuels pour atteindre une vie habitable, sans limites plutôt absurdes. D'autre part, une interprétation plus indirecte dans les slogans de Tartu affirme une résistance tacite, résistance qui à Paris est exprimée de manière directe et forte.

Les slogans dans les deux pays étaient thématiquement similaires mais les moyens et les méthodes pour s'exprimer étaient différents. Les étudiants des deux pays voulaient une liberté à eux, mais le contexte au sens politique, social, historique etc. déterminait la définition qu'ils donnaient à la liberté dans leurs slogans.

Bibliographie

ANQUETIL, G. ARMANET, F. 2008 « Que reste-t-il de 68 ? » in *Le français dans le monde* N.357 Mai-juin p. 8-9

BOEL, B « Mai-68, la France et « les porteurs de valise » de la guerre froide », *Matériaux pour l'histoire de notre temps* 2009/2 (N° 94), 66-75. En ligne <http://www.cairn.info/revue-materiaux-pour-l-histoire-de-notre-temps-2009-2-page-66.htm> consulté le 19 mars 2017.

EDASI : Venemaa Kommunistline (enamlaste) Partei Peterburi Eesti osakonna häälekandja, nr. 170, 16 detsember 1936 En ligne <http://dea.digar.ee/cgi-bin/dea?a=d&d=edasivene19361216.2.27> consulté le 17 mars 2017.

FIALA, P 2002. entrée « Langue de bois » dans Charaudeau, P, Maingueneau D (eds.) *Dictionnaire d'analyse du discours* 335-337

FIALA, P 2002. entrée « Sloganisation » dans Charaudeau, P, Maingueneau D (eds.) *Dictionnaire d'analyse du discours* 537

GRINSHPUN, Y 2013. « Discours manifestant et contestation universitaire (2009) », *Argumentation et Analyse du Discours* 10 En ligne <http://aad.revues.org/1476> consulté le 28 avril 2017.

LAROUSSE « Événements de mai 1968 » En ligne http://larousse.fr/encyclopedie/divers/%C3%A9v%C3%A9nements_de_mai_1968/131140 consulté le 20. janvier 2017.

LINTERNAUTE Expressions : *Mort aux vaches* En ligne <http://www.linternaute.com/expression/langue-francaise/13905/mort-aux-vaches/> consulté le 16 mars 2017

MAINGUENEAU, D 2002. Entrée « Antithèse » dans Charaudeau, P, Maingueneau D (eds.) *Dictionnaire d'analyse du discours* 50-51.

MAINGUENEAU, D 2004. Hyperénonciateur et « participation », *Langages* 156, 111-126.

MAINGUENEAU, D. 2012. *Les phrases sans texte* Paris : Colin.

PROVENZANO, F. 2015. « *Tel Quel* à la rue : subjectivation et argumentation dans le discours théorique et dans l’affiche militante de Mai 68 » , *Argumentation et Analyse du Discours* 14 En ligne <http://aad.revues.org/1897> consulté le 20 avril 2017.

VAKO, E. 2008 « Meie aeg lööb auku müüri. 1968. aasta üliõpilaspäevad Tartus ja Tallinnas » in *Akadeemia* 2008-02 p. 411-461

WIKTIONARY *Mort aux vaches* En ligne
https://fr.wiktionary.org/wiki/mort_aux_vaches consulté le 16 mars 2017

Les sources pour le corpus

LIBCOM.ORG *Slogans of 68* En ligne <https://libcom.org/history/slogans-68> consulté le 3 avril 2017.

LE MONDE - CITATIONS (1) *Citations célèbres de Slogans de mai 68*
En ligne http://dicocitations.lemonde.fr/auteur/4790/Slogans_de_mai_68/50.php
consulté le 23 avril 2017.

LE MONDE – CITATIONS (2) *Citations célèbres de Slogans de mai 68* En ligne
http://dicocitations.lemonde.fr/auteur/4790/Slogans_de_mai_68/150.php consulté le 23 avril 2017.

SLOGANS ET GRAFFITI *Des slogans de Mai 68* En ligne
<http://users.skynet.be/ddz/mai68/slogans-68.html> consulté le 23 avril 2017.

SLOGANS DE MANIFS En ligne <http://www.slogans-manifs.fr/cat/top/31/> consulté le 23 avril 2017.

L'OBS *Mots et slogans de Mai* En ligne <http://tempsreel.nouvelobs.com/societe/le-quotidien-de-1968/20080305.OBS3623/mots-et-slogans-de-mai.html> _consulté le 23 avril 2017.

COURANT COMMUNISTE INTERNATIONAL « Mai 68 : le mouvement des étudiants en France et dans le monde (2ème partie) » En ligne https://fr.internationalism.org/ri389/mai_68_le_mouvement_des_etudiants_en_france_et_dans_le_monde_2.html consulté le 23 avril 2017.

Resümee

Manifestiloosung Pariisi 'Mai-68' ja Tartu 1968. aasta üliõpilaspäevade sündmuste põhjal. Töös uuritakse manifestiloosungit kui ühte meelsuse väljendamise vahendit. Loosungite aluseks on 1968. aasta sündmused Pariisis ja Tartus, kus tudengid tulid välja ja avaldasid oma meelsust riigi ja ühiskonna suhtes. Kuigi sündmused erinesid nii valitseva režiimi kui ka kestuse poolest, oli nende loosungite eesmärk sama – ümber sõnastada kehtiv olukord ja nõuda rohkem vabadusi. Vabaduse definitsioon ise oli kahes riigis muidugi üsna erinev. Prantsusmaal oli eesmärgiks vabaneda ülikooli, ühiskonna ja võimu pealesurutud piirangutest, ent ENSV-s oli eesmärgiks avaldada meelt Praha Kevade mahasurumise vastu, osundada isikuvabaduse puudulikkusele ning tudengielu probleemidele. Loosungeid võibki temaatiliselt jagada kolmeks : poliitilised, ühiskonnakriitilised ja üldist vabadust nõudvad.

Esimeses peatükis keskendutakse retooriliste võtete kasutusele loosungites. Vaadatakse antiteesi, metonüümiat, retoorilisi küsimusi ja tuntud lausungite taaskasutust. Antitees kui vahend, kus efekti saavutamiseks pannakse ühte lausungisse kokku kaks vastandlikku või vastuokslikku elementi. Näiteks Pariisi tuntud loosung *Il est interdit d'interdire* ('On keelatud keelata'), milles sisult vastuoluline « keelamise keelamine » rõhutab igasuguse kontrolli vastu olemist. Metonüümia kujutab endast ühe (suure) idee või mõtte ümbersõnastamist üheks sõnaks või kujundiks loosungis. Loosungis *Viru Valge jaa, Moskva Eriline ei*, viitab eestlusele Viru Valge viin ning Moskvale ja nõukogudelikkusele viitab viin nimega Moskva Eriline. Sama loosung põhineb samas ka antiteesil, vastandades omavahel eestluse ja nõukogudelikkuse. Retooriliste küsimuste eesmärgiks on püstitada küsimus murekohtadest ühiskonnas, millele enamasti ei oodatagi konkreetset vastust, nagu oli Eesti loosungi puhul *Kas Tuhkatriinu võidab prints Alberti süidame ?*, mis esitas probleemi näidendi « Tuhkatriinumäng » ära keelamise kohta. Tuntud loosungite taaskasutamise puhul võetakse üks lausung tuntud kontekstist, näiteks kommunistlikust kirjandusest, milles muudetakse teatud sõnu, et loosung sobiks manifestikonteksti. Samamoodi võeti mõtteid ka vanasõnadest ja igapäevastelt siltidelt.

Teises peatükis iseloomustatakse mõlemas kontekstis kasutusel olnud loosungeid tervikuna nende vormi järgi selle põhjal, mida tudengid kollektiivse lausumise kaudu neid loosungeid kasutades teha tahtsid. Vormi poolest jagatakse loosungid üldistavateks lausungiteks (*énoncés génériques*) ja hüüdlauseteks (*injonctions*). Üldloosungite puhul vaadeldakse, kas loosung on kinnitav või ümbersõnastav. See tähendab seda, et loosungis öeldu kinnitab kehtivat olukorda või siis sõnastab ümber tekkinud murekohad. Olukorra ja reeglite ümbersõnastamine oli pigem omane Pariisi loosungitele samas kui kinnitamist leidub rohkem Tartu loosungites. See ei tähenda automaatselt kõigi Tartu loosungite puhul kinnitamist ja Pariisi omade puhul ümbersõnastamist, leidub ka vastupidiseid juhte. Kinnitamise puhul kaudselt interpreteerida mässumeelsuse teket vastandatava suhtes. Kaudsete interpreteerimisvõimaluste konstrueerimist seletab täpsemalt hüüdlause analüüs.

Hüüdlause puhul võiks tinglikult öelda, et Pariisi loosungite puhul konstruktsioon 'Maha ...!' on otsene eksplitsiitne vahend näitamaks oma vastasust millegi suhtes, samas kui Tartus olid olulisel kohal pigem kantseliitlikud, nõukogude võimule iseloomulikud loosungid näiteks 'Elagu ... !', mida sai interpreteerida ja re-interpreteerida vastavalt vajadusele, muutes loosungi sõnumi vastavalt võimuvastaseks, ent andis juurde võimaluse pöörata sõnum tagasi võimumeelseks.

Loosungitest aru saamiseks on vajalik kontekst, ilma milleta puudub loosungil tähendus. Konteksti kaasamisel võib aru saada, miks Pariisi loosungid olid pigem eksplitsiitsed ja otseütlevad ning Tartu omad pigem implitsiitsed ja varjavad. Pariisi puhul loosungite autoreid ei otsitud üles ega karistatud, kuid Tartu puhul oli suur oht olemas. Seetõttu võivad retoorilised võtted ja lausumisviisidid erineda. Näiteks antiteesi kasutus Pariisis ja metonüümia Tartus; julgesõnaline ümberdefineerimine Prantsusmaal ja kaudne, läbi tavaloozungite vihjamine Tartus.

Index

Les slogans estoniens :

1. *Ainult hiina taskulamp näitab teed kommunismile*, ('Seule la lampe de poche chinoise montre la voie au communisme') 18
2. *Ajalooratast ei saa tagasi pöörata*. ('La roue de l'histoire ne se laisse pas remonter.') 24
3. *Alandlikkus – orjade õnn*. ('Humilité – le bonheur des esclaves.') 24
4. *Arenegu sotsialistlik demokraatia !* ('Que la démocratie socialiste se développe !') 29, 31
5. *Au langenud kangelastele !* ('Honneur aux héros tombés') 29, 32
6. *Elagu Kalevite kants !* ('Vive le bastion des Kalev !') 35
7. *Elagu NSV Liidu peen välispoliitika !* ('Vive la subtile politique étrangère de l'Union Soviétique.') 33
8. *Elagu sotsialismimaade ühtsus !* ('Vive l'unité des pays socialistes !') 29, 30
9. *Elagu stipipäev !* ('Vive le jour de la bourse étudiante !') 33
10. *Elagu ÜLKNÜ 50. aastapäev !* ('Vive le 50^{ème} anniversaire du Komsomol !') 29, 30
11. *Elagu vankumatu marksist Lentsman !* ('Vive l'infailible marxiste Lentsman !') 31, 33
12. *Igale eesti naisele kaksikud !* ('Des jumeaux pour toutes les estoniennes !') 34
13. *Inimesed, olge valvsad !* ('Les gens, soyez vigilants !') 32
14. *Jätkid, kasige Peipsi taha* ('Ricains, dégagez et allez de l'autre côté de Peïpous') 4, 34
15. *Juust igasse kodusse !* ('Du fromage pour chaque maison !') 21, 33
16. *Kas Tuhkatriinu võidab prints Alberti südame ?* ('Cendrillon gagnera-t-elle le cœur du prince Albert ?') 14
17. *Kommunismitont käib ringi mööda Euroopat*. ('Le spectre du communisme hante l'Europe') 17
18. *Laiendagem intrite voodikohti*. ('Élargissons le nombre de lits dans les dortoirs d'étudiants !') 33, 34
19. *Maha imperialistlik sõda !* ('À bas la guerre impérialiste !') 29, 32

20. *Meie aeg lõõb auku müüri.* ('Notre temps perce un trou dans le mur.') 24
21. *Metsameeste veri ei värise* ('Le sang des résistants dans les forêts ne tremblent pas') 18
22. *Nõuame vana Tiiki!* ('Demandons le vieux Tiik !') 34
23. *Rookida puhtaks eesti keel !* ('Nettoyer la langue estonienne !') 34
24. *Tank ja Jawa* ('Tank et Jawa') 13
25. *Tugevdagem üliõpilasliikumise ühtsust !* ('Rendons l'unité du mouvement étudiant plus fort !') 29, 31
26. *Ühiskondliku progressi jõud kasvab kogu maailmas !* ('La force du progrès social grandit dans le monde entier !') 29, 31
27. *Vendlus on hädaohus !* ('La fraternité est en danger !') 25
28. *Viru Valge jaa, Moskva Eriline ei !* ('Vodka Pure Estonienne – oui, vodka Spéciale de Moscou – non !') 13
29. *Võtame vastu revolutsiooni teatepulga.* ('Reprenons le flambeau de la révolution') 25

Tous les slogans estoniens sont issus de Vako (2008).

Les slogans français :

1. À bas la charogne stalinienne ! À bas les groupuscules récupérateurs !
[LIBCOM ; MAI] 27
2. À bas la société spectaculaire marchande.[INTER ; MAI] 28
3. À bas le réalisme socialiste. Vive le surréalisme. [OBS] 28
4. Aimez-vous les uns sur les autres. [LAR] 6
5. Comment penser librement à l'ombre d'une chapelle ? [LIBCOM] 14
6. Dans une société qui a aboli toute aventure, la seule aventure qui reste est celle d'abolir la société [LIBCOM] 11
7. Debout les damnés de l'Université. [MAI ; SLOMAN ; LIBCOM] 16
8. Être libre en 1968, c'est participer. [LIBCOM ; OBS ; SLOMAN ; MAI] 3, 21
9. Il est douloureux de subir les chefs, il est encore plus bête de les choisir
[LIBCOM] 23
10. Il est interdit d'interdire. [LIBCOM ; INTER ; OBS] 10, 11, 36
11. Je suis marxiste, tendance Groucho [OBS] 28

12. Je suis venu. J'ai vu. J'ai cru. [OBS ; LIBCOM] 17
13. Jouissez sans entraves [LAR] 6
14. La barricade ferme la rue mais ouvre la voie. [MAI ; OBS ; INTER ; LIBCOM] 12
15. La culture est l'inversion de la vie. [SLOMAN ; OBS ; LIBCOM ; MAI] 23
16. La poésie est dans la rue. [MAI ; LIBCOM] 22, 23
17. L'art est mort, ne consommez pas son cadavre [OBS ; LIBCOM ; MAI] 21
18. L'art est mort. Godard n'y pourra rien. [OBS ; LIBCOM ; MAI] 23
19. Le bonheur est une idée neuve [MAI ; LIBCOM] 23
20. Le sacré, voilà l'ennemi. [LIBCOM ; MAI] 14
21. Lisez moins, vivez plus [LIBCOM] 11, 36
22. Mort aux vaches ! [LIBCOM] 15, 19, 20, 37
23. Ne consommons pas Marx. [LEM1] 28
24. On achète ton bonheur. Vole-le [LIBCOM ; OBS] 11, 36
25. Plus je fais l'amour, plus j'ai envie de faire la révolution. Plus je fais la révolution, plus j'ai envie de faire l'amour. [MAI ; OBS ; INTER] 11
26. Sous les pavés, la plage ! [MAI ; OBS ; LIBCOM ; INTER] 12
27. Soyez réalistes, demandez l'impossible [INTER ; OBS ; MAI] 10
28. Travailleurs de tous les pays, amusez-vous ! [LIBCOM] 16
29. Une thèse, c'est comme De Gaulle, dix ans c'est trop [LEM2] 6
30. Veuillez laisser le Parti communiste aussi net en sortant que vous voudriez le trouver en y entrant. [LIBCOM] 18

Abréviations

INTER – Courant Communiste International

LAR – Encyclopédie de Larousse

LEM1 – Le Monde - citations (1)

LEM2 – Le Monde – citations (2)

LIBCOM – Libcom.ee

MAI – Slogans et graffiti

OBS – L'obs

SLOMAN – Slogans de manif

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Arnis Käsper ,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose
Slogan de manifestation dans les événements de Mai-68 à Paris et dans les Journées
étudiantes à Tartu en 1968,

mille juhendaja on Marge Käsper,

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil,
sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse
kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu,
sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja
lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
 3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega
isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, 17.05.2017